

乡村振兴战略下乡村品牌形象设计研究以及 路径探析

靳芳芳

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年6月21日; 录用日期: 2024年8月14日; 发布日期: 2024年8月22日

摘要

随着乡村振兴战略的深入实施, 乡村品牌形象设计作为提升乡村知名度、吸引外部资源和促进经济发展的重要手段, 日益受到广泛关注。本文通过分析了乡村振兴战略以及乡村品牌形象设计之间的相互影响, 接着, 深入研究了乡村品牌形象设计的理念和原则, 包括标志设计、人物IP设计以及插画设计, 以确保品牌形象能够准确反映乡村的独特魅力和价值。在此基础上, 本文进一步探讨了乡村品牌形象设计的具体路径和方法, 包括视觉形象的塑造、传播渠道的选择等, 从而为乡村振兴背景下的乡村品牌形象设计提供有益的参考和借鉴, 推动乡村经济的转型升级和可持续发展。

关键词

乡村振兴, 乡村品牌, 形象设计, 路径探析

Research on Rural Brand Image Design and the Exploration of Paths under the Strategy of Rural Revitalization

Fangfang Jin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 21st, 2024; accepted: Aug. 14th, 2024; published: Aug. 22nd, 2024

Abstract

With the in-depth implementation of the rural revitalization strategy, rural brand image design is increasingly receiving widespread attention as an important means to enhance rural popularity,

文章引用: 靳芳芳. 乡村振兴战略下乡村品牌形象设计研究以及路径探析[J]. 设计, 2024, 9(4): 583-589.

DOI: 10.12677/design.2024.94510

attract external resources and promote economic development. This paper analyzes the mutual influences between the rural revitalization strategy and rural brand image design, and then, it studies in depth the concepts and principles of rural brand image design, including logo design, character IP design, and illustration design, in order to ensure that the brand image can accurately reflect the unique charm and value of the countryside. On this basis, this paper further discusses the specific paths and methods of rural brand image design, including the shaping of visual image, the selection of communication channels, etc., so as to provide useful references and lessons for rural brand image design in the context of rural revitalization, and to promote the transformation and upgrading of rural economy and sustainable development.

Keywords

Rural Revitalization, Rural Brand, Image Design, Path Analysis

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着乡村振兴战略的全面推进，乡村发展进入了新的历史阶段。在这一时代背景下，乡村品牌形象设计不仅成为提升乡村知名度和美誉度的重要工具，更是推动乡村经济转型升级、实现可持续发展的关键要素。因此，深入研究乡村品牌形象设计的理念、方法和路径，对于推动乡村振兴战略的深入实施具有重要意义。而乡村品牌形象设计涉及多个方面，包括乡村文化的挖掘与传承、乡村特色的提炼与呈现、以及视觉形象的塑造与传播等。通过深入研究乡村品牌形象设计，既可以更好地把握乡村的独特魅力，提炼出具有地方特色的品牌形象，也可以通过多种渠道和平台进行有效传播，从而吸引更多的资源和人才投入到乡村建设中来。因此，要积极提高乡村品牌设计水平，进而推动乡村振兴的不断发展。

2. 乡村振兴战略与乡村品牌形象设计概述

2.1. 乡村振兴战略

乡村振兴战略是十九大报告中提出的战略，十九大报告中指出，党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，我们坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，持续加大强农惠农富农政策力度，扎实推进农业现代化和新农村建设，全面深化农村改革，农业农村发展取得了历史性成就，为党和国家事业全面开创新局面提供了重要支撑[1]。而作为十九大提出的重大决策部署，乡村振兴战略的目的是全面建设社会主义现代化国家的过程中，实现农业、农村和农民的全面振兴。

习近平总书记指出：“乡村振兴是包括产业振兴、人才振兴、文化振兴、生活振兴、组织振兴的全面振兴，是‘五位一体’总体布局和‘四个全面’战略布局在‘三农’工作的体现[2]。”近年来，在党中央的领导下，农村地区不断整合资源、聚合力量，全力推进乡村振兴各项措施的落实。而在乡村振兴的道路上，最重要的是乡村产业振兴，通过因地制宜、因势利导地推进乡村产业融合，不仅促进了乡村经济，还加快了乡村振兴的步伐。乡村振兴是中国农业农村现代化的必由之路。通过全面推进乡村振兴，可以进一步巩固脱贫攻坚成果，促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足。

2.2. 乡村品牌形象设计介绍

“品牌”是来自于古希腊的那维亚语 brandr（意为印记），即为在消费者的心中留下或刻下烙印，因

此品牌也可以是企业精神的象征，或商品品质优良的代表和展现[3]。由此，品牌作为一种综合性象征，既包含名称、标志、包装等视觉元素也包含品牌的历史、文化、故事等无形元素。品牌形象设计则事宜视觉手段进行传达，以品牌形象推广为目的的整合设计，也是对品牌形象带来积极影响的手段[4]。而乡村品牌形象设计是将乡村作为设计主体，围绕着乡村资源、特色等进行的视觉设计，以面向更多的人员传达乡村信息，使更多的人了解乡村。图形、色彩、理念等是乡村品牌形象设计的重要构成要素[5]。它旨在通过精心策划和设计，为乡村地区塑造独特、鲜明且富有文化内涵的品牌形象，以提升乡村的知名度、美誉度和竞争力。

乡村品牌形象设计则把握了品牌的特征，不仅关注乡村的自然风光、建筑风格、产业特色等视觉元素，从而制作出乡村独有的品牌，也深入挖掘乡村的历史文化、民俗风情、传统工艺等无形元素，将乡村的独特魅力展现给外界。由此，乡村品牌形象设计能够将乡村的核心价值和文化内涵传递给目标受众，增强乡村品牌的辨识度和记忆度。

3. 乡村振兴战略与乡村品牌形象设计的联系

3.1. 乡村振兴战略推动乡村品牌形象设计发展

十九大以来，我国关于乡村振兴战略的方法越来越多，传统仅仅依靠种田为生的单一乡村开始转向多种发展道路。而随着旅游业的兴起一些农村地区抓住这个热点，开始将乡村的发展与旅游业联系在一起，从而促进乡村旅游业的不断发展。由此，乡村旅游将乡村的优秀资源实施重点开发，建立乡村品牌带动乡村建设，为村民营造良好的生态环境，带来游客的同时增加当地地区经济收入，对乡村发展和乡村振兴战略的实施起到积极的推动作用，这亦是被公众广泛认同的、最具代表意义的乡村品牌要素[6]。在这一战略背景下，乡村品牌形象设计作为提升乡村知名度、增强乡村竞争力、促进乡村经济发展的重要手段，得到了前所未有的发展机遇。

随着乡村振兴战略全面深入的实施，乡村发展正步入新的历史阶段。在这个时代背景下，各级政府和社会各界对乡村品牌形象设计的关注度达到了前所未有的高度。他们深刻认识到，一个精心打造、独特鲜明且富有文化底蕴的乡村品牌形象，其影响力远超过表面。这样的品牌形象不仅能够大幅度提升乡村的知名度和美誉度，使乡村的文化特色和优势得到广泛传播，更能在精神上为乡村的民众提供归属感与认同感，极大地增强乡村的凝聚力和向心力。

在乡村振兴战略的强有力推动下，乡村品牌形象设计迎来了前所未有的发展机遇。一方面，政府部门通过出台相关政策(见表 1)、投入专项资金、建立激励机制等多种方式，为乡村品牌形象设计提供了强有力的支持和保障。这些举措不仅为乡村品牌形象设计提供了物质保障，更为其营造了良好的发展环境。

Table 1. Policies to help rural brands

表 1. 政策助力乡村品牌

发文日期	文件名称	相关内容
2017 年 2 月 5 日	《国务院 2017 年中央一号文件》	发展乡村旅游产业，打造乡村旅游的目的地以及品牌形象
2018 年 11 月 5 日	《关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见》	挖掘乡村传统文化和乡俗风情，加强乡村文物保护利用和文化遗产保护传承，推动乡村旅游品牌化发展
2021 年 1 月 4 日	《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》	构建现代乡村产业体系。开发休闲农业和乡村旅游精品线路，完善配套设施
2023 年 2 月 13 日	《中共中央国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	培育乡村新产业新业态，实施文化产业赋能乡村振兴计划，构建乡村休闲旅游精品工程

另一方面，随着社会对乡村品牌形象设计认知的加深，越来越多的人开始将目光投向这一领域，他们运用专业的知识和技能，结合乡村的实际情况和特色，为乡村设计出具有独特魅力和文化内涵的品牌形象，例如河北隆化县的草莓公社就是结合当地特色的草莓产业，将“采摘草莓、沐浴温泉、体验民宿”联合起来，形成当地独有的乡村品牌，并设计出当地特有的文化吉祥物“莓西”（见图 1）。而这些专业、系统的服务，不仅极大地丰富了乡村的文化内涵，推动了乡村品牌形象的发展。



Figure 1. The mascot of Longhua County, Hebei Province, “Berry West”
图 1. 河北隆化县吉祥物“莓西”^①

3.2. 乡村品牌形象设计带动乡村振兴

在乡村振兴战略的大背景下，乡村品牌形象设计正逐渐成为推动乡村经济、文化和社会全面振兴的有力工具。通过精心策划和设计，乡村品牌形象不仅能够有效提升乡村的知名度和吸引力，还能够深度挖掘和传承乡村文化，促进乡村经济的多元化发展。

乡村品牌形象设计以乡村独特的自然景观、人文历史、产业特色为基础，通过创新的视觉表达和符号系统，塑造出乡村的独特魅力和文化价值。诸如在乡村振兴战略下大力发展菊花产业从而带动乡村发展的小郭家村。小郭家村最开始以贫困著称，而在“农旅融合”“三产融合”“乡村旅游”等政策和市场号召下，小郭家村依靠菊花这一种植物迅速找准了品牌定位，结合本土乡村的人物形象以及鲜明的色彩组合(图 2)，让小郭家村的整体村貌都有了变化，而品牌的定位也推动了小郭家村的迅速发展。除此之外，还有众多乡村依靠本地景观、历史以及特色产业进行品牌创作，并取得了成功。这些设计不仅让乡村在视觉上更加引人注目，更在精神层面引发人们对乡村文化的认同和共鸣，增强了乡村的凝聚力和向心力，进而推动乡村振兴的不断发展。



Figure 2. Brand design “Juxiang Xiaoguojia”
图 2. 品牌设计“菊香小郭家”^②

4. 乡村振兴战略下乡村品牌形象设计探究

4.1. 标志设计

一方面,标志是品牌形象的符号,科学且美观的设计标志能够增强视觉传达效果,进而更加高效的传达品牌形象。而乡村品牌形象设计不仅仅是对乡村的表面印象,更是对乡村内在价值的深度挖掘和领悟。首先,要紧紧抓住乡村的自然景观、历史文化遗产以及特色产业,山脉、河流、湖泊、森林等自然元素共同构成了乡村独特的生态景观,这些元素不仅是乡村的美丽背景,更是乡村品牌形象中不可或缺的一部分。通过细致观察和研究这些自然景观,可以从中提炼出与乡村品牌形象相契合的元素,如色彩、形态和气质等。而乡村的历史文化遗产则是品牌形象设计的重要灵感来源。这些遗产包括古老的建筑、传统的工艺、古老的传说和故事等,它们承载着乡村丰富的历史和文化信息。通过深入挖掘这些历史文化遗产,可以将其中的精髓和特色融入到乡村品牌形象的设计中,使品牌形象更具文化底蕴和历史厚重感。同时,乡村的特色产业也是品牌形象设计的重要参考。乡村的特色产业通常是基于当地自然资源和文化传统的优势产业,如农业、手工业、旅游业等。这些产业不仅是乡村经济的重要支柱,也是乡村品牌形象的重要组成部分。通过对乡村特色产业的深入挖掘和提炼,可以将其中的核心价值和特色元素融入到品牌形象设计中,使品牌形象更具代表性和吸引力。

另一方面,在把握乡村的自然景观以及文化遗产之后,进行标志设计工作,这些标志要既要能够展现乡村的特点也要充分展现乡村旅游的魅力,同时这些设计也要遵循简化的设计原则,防止设计过于复杂难以真正传达乡村的特色,最终形成独特的乡村品牌标志。

4.2. 人物 IP 设计

IP 形象是文化资源独特的符号和标志,能够提高游客对一地文化的认知度和记忆性[7],在设计乡村品牌形象时,也可以选择一些具有特色的产物进行 IP 设计,将其设计成生动 IP 形象,进而引起人们的关注。诸如河北隆化县的草莓公社的“莓西”就是以草莓为原型,根据原有的特征予以拟人化,最终“莓西”这一生动的形象得以呈现在人们面前,并得到广大人民群众的关注,进而让乡村本身受到更多人的关注。而 IP 形象在设计过程中,既要注意其设计外貌具有吸引力也要注重体现乡村本身的特征与特点在 IP 形象上的体现,同时 IP 形象本身也要丰富,从而满足更多人的需求,以此来扩大乡村的影响力,进而促进乡村振兴的发展。

4.3. 插画设计

插画作为图形语言,承载这设计者所要传递的信息,在经过不断打散与整合最后将以符号品牌风格的形式向大众呈现[8]。由此设计插画的过程中插画设计应充分体现乡村的地域特色,如山水风光、田园景观、特色建筑等,使受众能够感受到乡村的独特韵味,也可以突出乡村文化,通过融入乡村的传统文化、民俗风情等元素,展现乡村的文化底蕴和历史传承,增强品牌的文化吸引力。例如十八洞村就结合当地苗族特色设计了一系列品牌插画,这些插画既体现了当地的文化特点也展现了当地的山水风景,以插画的形式将图像元素进行重新的组合设计,进而展现十八洞村的魅力。

5. 乡村振兴战略下乡村品牌形象设计的路径探析

5.1. 深入挖掘乡村特色

乡村品牌形象设计的首要步骤是深入且细致地挖掘乡村的独特特色与显著优势。这一过程不仅仅是表面的观察,更是对乡村内核的探寻和领悟。它涵盖了乡村的各个方面,从迷人的自然景观到悠久的历

史文化遗产，从丰富多彩的民俗文化到具有竞争力的特色产业，都需要我们去发现和挖掘。

首先，乡村的自然景观是品牌形象设计中不可或缺的一部分。这些景观可能包括蜿蜒的河流、翠绿的山脉、广袤的田野或是宁静的湖泊，它们共同构成了乡村的独特风貌，为品牌形象设计提供了丰富的素材和灵感。

其次，乡村的历史文化遗产也是品牌形象设计中的重要元素。这些遗产可能包括古老的建筑、传统的工艺、古老的传说和习俗，它们承载了乡村的历史记忆和文化底蕴，为品牌形象设计增添了深厚的文化内涵。

最后，民俗文化作为乡村文化的重要组成部分，也是品牌形象设计需要深入挖掘的内容。这些文化可能包括乡村的节庆活动、民间艺术、民俗习惯等，它们体现了乡村的独特风情和乡土气息，为品牌形象设计注入了生动的元素。

因此，在乡村品牌形象设计过程中要深入挖掘其特色，结合乡村的自然景观、历史文化遗产以及民俗文化来设计切合农村实际的形象，从而推动乡村振兴的发展。

5.2. 设计独特的视觉形象

独特的视觉形象是乡村品牌形象设计的核心要素，对于塑造乡村的个性和传递品牌价值至关重要。在视觉形象的设计过程中，我们应着重追求简洁、易识别且具有深刻文化内涵的特点，以确保这些元素能够准确地突出乡村的特色和主题形象。在设计乡村品牌形象时，可以构思一个与乡村特色紧密相连的标志。这个标志应当简洁明了，能够迅速吸引人们的注意力，并在视觉上形成强烈的辨识度。标志的设计可以融入乡村的自然元素、文化符号或特色产业等元素，使其成为乡村品牌的独特标识。

5.3. 制定全面的品牌传播策略

品牌传播是乡村品牌形象设计的关键环节，它直接关系着乡村品牌能否有效地触达目标受众，并提升乡村的知名度和美誉度。在制定品牌传播策略时，我们应充分融合线上和线下的传播方式，以实现全方位的覆盖和互动。

在线上传播方面，利用社交媒体平台，如微博、微信、抖音等，通过精心策划的内容营销、互动活动和话题讨论，吸引用户的关注和参与。同时，利用搜索引擎优化(SEO)和搜索引擎营销(SEM)技术，提高乡村品牌在搜索引擎中的曝光度和点击率。

在线下传播方面，采用多种传统和创新的宣传方式。例如，通过户外广告、宣传册、海报等传统媒体，向公众传递乡村品牌的特色和价值。同时，举办各类公关活动和节庆活动，如乡村旅游节、农产品展销会等，让游客和消费者亲身感受乡村的魅力和优势。

总之，品牌传播是乡村品牌形象设计的重要环节，需要综合运用线上和线下的传播方式，通过多种渠道和平台，宣传乡村的特色和优势，提高乡村品牌的知名度和美誉度。同时，保持品牌形象的一致性和连贯性，加强品牌的管理和维护，为乡村经济的发展和振兴提供有力支持。

注 释

①图 1 来源：搜狐网；https://www.sohu.com/a/533681323_121209218

②图 2 片来源：新农堂，https://www.sohu.com/a/304055799_653396

参考文献

- [1] 中共中央国务院. 国务院关于实施乡村振兴战略的意见[EB/OL]. 2018-01-02. <https://www.gov.cn>, 2024-06-21.
- [2] 中共中央党史和文献研究院. 习近平关于“三农”工作论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2019: 23.

-
- [3] 陈媛. 泸溪县榔木溪村乡村旅游品牌形象设计[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南大学, 2018: 52.
 - [4] 周冰倩. 乡村振兴战略下湖南舜华临武鸭品牌形象设计[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨师范大学, 2023.
 - [5] 王明显. 地域文化与乡村品牌融合的视觉形象设计探究[J]. 鞋类工艺与设计, 2021(16): 126-128.
 - [6] 李周. 乡村振兴战略的主要含义、实施策略和预期变化[J]. 求索, 2018(2): 44-50.
 - [7] 魏雨. 文化 IP 如何赋能文旅产业[N]. 河北日报, 2024-06-20(005).
 - [8] 孙钰洁. 乡村振兴战略下十八洞村品牌形象设计研究与应用[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2021.